

Jornitz, Sieglinde

Elterntage an Universitäten

Pädagogische Korrespondenz (2012) 45, S. 105-113



Quellenangabe/ Reference:

Jornitz, Sieglinde: Elterntage an Universitäten - In: Pädagogische Korrespondenz (2012) 45, S. 105-113 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-99122 - DOI: 10.25656/01:9912

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-99122>

<https://doi.org/10.25656/01:9912>

in Kooperation mit / in cooperation with:



Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

INSTITUT FÜR PÄDAGOGIK UND GESELLSCHAFT

PÄDAGOGISCHE KORRESPONDENZ

HEFT 45

FRÜHJAHR 2012

*Zeitschrift für
Kritische Zeitdiagnostik
in Pädagogik und
Gesellschaft*

BUDRICH UNIPRESS OPLADEN, BERLIN & TORONTO

Die Zeitschrift wird herausgegeben vom
Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V. Münster,
im Verlag Budrich UniPress, Leverkusen

Redaktionsadresse ist:

Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V.
Windmühlstraße 5, 60329 Frankfurt am Main, Tel. 069/5973596

Redaktion:

Karl-Heinz Dammer (Heidelberg)
Peter Euler (Darmstadt)
Ilan Gur Ze'ev (Haifa)
Andreas Gruschka (Frankfurt am Main)
Bernd Hackl (Graz)
Sieglinde Jornitz (Frankfurt am Main)
Andrea Liesner (Hamburg)
Andreas Wernet (Hannover)
Antonio Zuin (São Carlos)

Manuskripte werden als word-Dateien an den geschäftsführenden Herausgeber erbeten (a.gruschka@em.uni-frankfurt.de) und durchlaufen ein Begutachtungsverfahren.

Abonnements und Einzelbestellungen:

Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V.
Windmühlstraße 5, 60329 Frankfurt am Main, Tel. 069/5973596
Der Jahresbezugspreis der *Pädagogischen Korrespondenz*
beträgt im Inland für zwei Ausgaben 23,– EURO zzgl. 4,– EURO Versand.
Das Einzelheft kostet im Inland 12,50 EURO zzgl. 2,50 EURO Versand.
Bezugspreise Ausland jeweils zzgl. gewünschtem Versandweg.
Kündigungsfrist: schriftlich, drei Monate zum Jahresende.

Copyright:

© 2012 für alle Beiträge soweit nicht anders vermerkt sowie für
den Titel beim Institut für Pädagogik und Gesellschaft, Münster.
Originalausgabe. Alle Rechte vorbehalten.
ISSN 0933-6389

Buchhandelsvertrieb:

Institut für Pädagogik und Gesellschaft e.V.

Satz & Layout: Susanne Albrecht-Rosenkranz, Leverkusen

Anzeigen und Gesamtherstellung:

Verlag Budrich UniPress Ltd., Stauffenbergstr. 7, D-51379 Leverkusen
ph +49 (0)2171 344694 • fx +49 (0)2171 344693
www.budrich-unipress.de

- 5 **IN MEMORIAM**
Gisela Blankertz – Korrektorin und Gestalterin
- 7 **ESSAY**
Jörg Ruhloff
Nur durch Erziehung Mensch?
- 20 **ERZIEHUNG NEU**
Jessica Dzengel/Katharina Kunze/Andreas Wernet
Vom Verschwinden der Sache im pädagogischen Jargon:
Überlegungen zu einem Strukturproblem der Ausbildungskultur
im Studienseminar
- 45 **REFORMKRITIK**
Andreas Gruschka
Reformierter Unterricht – Entgrenzung oder Erosion einer
pädagogischen Praxis
- 57 **AUS WISSENSCHAFT UND PRAXIS**
Dimitrios Nicolaidis
Lehrer sollen ihre Schule reformieren – Wie bestimmen dabei
pädagogische Deutungsmuster die Arbeit an den Schulprogrammen?
- 74 **UNTERRICHTSFORSCHUNG**
Thomas Geier
„Ihr müsst (...) sprachlich homogene Gruppen bilden“ – eine
Fallstudie zur interkulturellen Bildungspraxis
- 92 **SINNBILDER**
Eva Wagner/Georg Peez
Schüler-Interaktion im Klassenraum – Eine phänomenologisch
orientierte Fotoanalyse alltäglicher performativer Gesten
- 105 **AUS DEN MEDIEN**
Sieglinde Jorntz
Elterntage an Universitäten

Sieglinde Jorntz

Elterntage an Universitäten

I

Die Universität ist eine wunderliche Institution. Nicht genug, dass sie ihre gesamten Abläufe im Zuge des Bologna-Prozesses vom Kopf auf die Füße stellt, sie versucht darüber hinaus, sich mit zielgruppenspezifischen Angeboten neuen Adressaten zu öffnen. Neben Weiterbildungsinteressierten und Seniorinnen und Senioren werden neuerdings auch die Eltern entdeckt. Landauf landab, im Osten wie im Westen finden Elterntage, Eltern-Campus-Touren und sogenannte Elternalarme statt. Doch warum gerade wendet sich eine Institution, die es mit volljährigen Menschen zu tun hat, gerade dieser Gruppe zu? Erklärungsbedürftig ist, dass sie sich über die Köpfe der Studierenden hinweg an die Eltern wendet.

Die Grundlage der folgenden Analyse bilden die Ankündigungen und Programme zu Elterntagen von sieben Universitäten. Hierzu gehören Dresden, Frankfurt/Main, Konstanz, Mainz, Münster, Oldenburg und Osnabrück¹.

II

Die universitären Veranstaltungen, die sich an Eltern wenden, wählen ganz unterschiedliche Betitelungen. Angeboten werden in Frankfurt am Main „Uni-Kompakt für Eltern“, eine Eltern-Campus-Tour in Dresden, ein schlichter Elterntag in Osnabrück, ein Eltern-Campus in Oldenburg, ein „Eltern auf den Campus“ in Konstanz und etwas, das „Elternalarm“ genannt wird, in Münster und Mainz.

Dabei versucht der Titel zunächst in möglichst kurzer und griffiger Form den Kern dessen, um was es gehen soll, sichtbar zu machen.

An den Betitelungen der Elterntage fällt auf, dass nur die Veranstaltung in Frankfurt/M die Institution, um die es geht, im Namen trägt. Diese wird in der Kurzversion und damit im umgangssprachlichen Gebrauch einer vertrauten Rede mit „Uni“ benannt. Alle anderen verzichten entweder überhaupt auf einen direkten Bezug zur Universität oder aber sie wählen den Begriff des Campus und kennzeichnen so den Ort, an dem diese Veranstaltung stattfindet. Damit wird deutlich, dass es weniger um die Hochschule, ihre Struktur

¹ Alle zur Analyse herangezogenen Veranstaltungen und deren Ankündigungen sind im Internet zu finden. Die URLs werden am Schluss des Textes angegeben.

und die Abläufe des Forschens und Lehrens geht, sondern in den meisten Fällen darum, die Örtlichkeiten kennenzulernen. Gezeigt werden soll, was es so alles auf dem Campus zu sehen gibt, eine geführte Stadtbesichtigung. Dies belegt besonders die Dresdener Veranstaltung, die eine „Tour“ über den Campus anbietet.

Die Betitelungen geben noch genauer Auskunft über die Vorhaben. In Frankfurt/M wird mit „Uni-Kompakt für Eltern“ versprochen, die Universität in komprimierter Form darzustellen. So kann erwartet werden, dass die Veranstaltung kurz und bündig über die Abläufe und Strukturen der Universität Auskunft gibt.

Kommen sollen die Eltern, deren Kinder hier studieren bzw. noch studieren werden. Dabei sind Eltern als Zielgruppe einer universitären Veranstaltung zunächst eher diejenigen, die selbst studieren und schon Kinder haben. Die Veranstaltung würde sich in dieser Interpretation einer Gruppe zuwenden, deren spezifische Bedürfnisse im Studiumablauf besonders berücksichtigt werden. Eltern, die studieren oder wissenschaftlich arbeiten, müssen die Abläufe an der Universität mit den Abläufen eines Alltags mit Kindern in Einklang bringen. Für ein Studium mit Kind bedeutet dies bspw., den Seminarbesuch mit den Betreuungszeiten der Kinder zu koordinieren. Ein „Uni-Kompakt für Eltern“ könnte somit die Vorkehrungen der jeweiligen Hochschule präsentieren, mit denen die Abläufe für Eltern erleichtert werden. Die Hochschule würde sich dann im Wettbewerb um Studierende einer besonderen Gruppe zuwenden und ihre Attraktivität für diese herausstellen. So könnte man sich vorstellen, dass die Dresdener Eltern-Campus-Tour zu universitären Kindertageseinrichtungen, Eltern-Kind-Arbeitsplätzen u.Ä. führt oder auf die flexiblen und erweiterten Öffnungszeiten von Bibliotheken und Laboren verweist.

Dass dies aber nicht gemeint ist, wird bei der Veranstaltungsankündigung der Technischen Universität Dresden bereits durch den Untertitel deutlich. Die TU Dresden kennzeichnet ihre in diesem Jahr sieben Mal stattfindende Veranstaltung mit dem Zusatz „Besuchsprogramm für Eltern“. Ein Besuchsprogramm wird angeboten, wenn der Zutritt zu etwas nicht allen zu jeder Zeit möglich ist. Es rückt die Veranstaltung in die Nähe zu „Tagen der offenen Tür“. Das „Besuchsprogramm“ schließt an die Verwendung des Wortes „Campus“ an, indem im Zentrum der Veranstaltung der Zugang zu Gebäuden steht. Besucht wird von den Eltern der Ort, an dem ihre Kinder bereits oder zukünftig studieren, die Universität tut so, als hätte sie eingeladenen Besuch.

Damit wird deutlich, auf welcher Fallhöhe sich die Veranstaltungen bewegen. Die Eltern sind solche von bereits volljährigen Kindern. Vor Recht und Gesetz stehen sie nicht mehr in der Verantwortung für ihre Kinder. Eltern bleiben sie „nur“ noch in einem kreatürlichen, sozialen Sinne, als diejenigen, die auch am Übergang von der Schule an die Universität, den ihre Kinder zu bewältigen haben, bloß neugierig oder auch besorgt Anteil nehmen wollen. Die universitäre Veranstaltungsankündigung, die sich explizit an Eltern richtet, hat daher zwei Implikationen.

Ein „Uni-Kompakt für Eltern“, ein „Besuchsprogramm für Eltern“, einen Eltern-Tag anzubieten, bedeutet, dass die Eltern auch nach der Volljährigkeit ihrer Kinder behandelt werden, als müssten sie sich weiterhin um diese kümmern. Indem die Studierenden implizit weiterhin über ihre Eltern angesprochen werden, bedeuten diese Angebote eine unterstellte Verlängerung der Unmündigkeit der bereits Volljährigen. Das Besuchsprogramm wird damit ähnlich den Elternsprechtagen in der Schule. Die Institution lädt die Eltern ein, als wären diese auf das Angebot angewiesen, womit Misstrauen bestimmend wird, die Kinder würden die Universität nicht schon ins rechte Licht rücken. Damit möchten die Universitäten möglicherweise an sie adressierte Probleme negieren, faktisch dafür an die Kinder weiterreichen, für die dann Eltern erneut wie Erziehungsberechtigte aktiv werden müssten.

Zum zweiten mischt sich die Institution „Universität“ in ein bislang privat organisiertes Gefüge ein. Das Zeigen der Örtlichkeiten und das Berichten über die inneren Strukturen der Hochschule lag bislang in der Hand der Studierenden, die ihren Eltern erzählen, was sie alles in dem neuen Lebensabschnitt erfahren und kennenlernen. Es lässt sich leicht vorstellen, dass dazu auch ein „Besuchsprogramm“ gehört, bei dem nicht nur die vielleicht neue Stadt gezeigt, sondern auch der Campus, auf dem sich nun ein Hauptteil des Lebens der Studierenden abspielt. Bislang war es die Aufgabe der Kinder, ihren Eltern einen Teil ihres Lebens und damit auch ihre neue Unabhängigkeit und Eigenständigkeit zu zeigen.

Mit den universitären Veranstaltungen wird nun ein solches Besuchsprogramm an Dritte delegiert bzw. von ihnen übernommen. Dies bedeutet, dass es ihr nur um die Präsentation der Attraktivität des Hochschulstandortes gehen kann. Die Universität kann ein Interesse an den Eltern nur haben, wenn damit unterstellt wird, dass sie zu einem gewichtigen Anteil an der Auswahl der jeweiligen Universität und an dem Weiterverfolgen der Studien beteiligt sind. Damit tritt mit diesen Veranstaltungen „für Eltern“ die Wettbewerbskomponente in den Blick, in der sich Universitäten um einen ständigen Zufluss an Studierenden sorgen müssen, weil dieser erst die jeweiligen finanziellen Zuwendungen vom Land sichert.

III

Wie die Eltern durch die Veranstaltungsankündigungen angesprochen werden und um ihre Teilnahme geworben wird, das vollzieht sich in den sieben Universitätsstandorten unterschiedlich. Es lassen sich dabei drei Typen bestimmen. Der erste Typ ist in seiner nüchternen Art in Frankfurt am Main zu finden. Hier beginnt der Informationstext mit in Fragen gekleideten Angaben zum Anlass, an dieser Veranstaltung teilzunehmen, und mit Informationen zu den behandelten Themen: „Sie möchten Ihr Kind bei der Studienwahlentscheidung unterstützen? Orientierung bieten? [...] Sie wollen wissen, wie Studium heutzutage funktioniert? Sich über neue Studienabschlüsse infor-

mieren? [...] Sie möchten die Goethe-Universität einmal von innen erleben?“ Ein Marktteilnehmer wird angesprochen und zur Produktinformationen eingeladen.

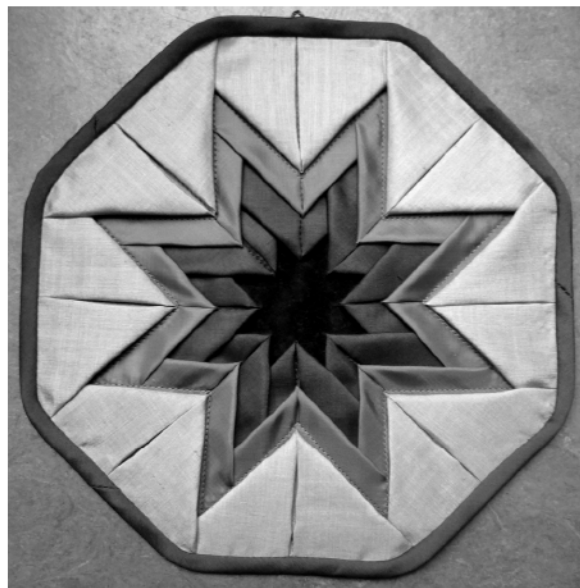
Die direkte Ansprache zieht die Adressantinnen und Adressaten in den Text hinein und zwingt sie innerlich dazu, die Fragen zu beantworten und damit für sich zu klären, ob die Veranstaltung für sie passend ist. An den Fragen wird deutlich, dass sich an Eltern von Schulabgängern gerichtet wird, deren Kinder ein Studium beginnen wollen. Die Eltern werden als unterstützender Teil der Entscheidungsfindung angesehen. Um dies tun zu können, wird damit geworben, über die Strukturen zu informieren. Nötig ist dies deswegen, so wird unterstellt, weil sich Studium und Abschlussarten grundlegend (zu früher und damit ggf. zu den Erfahrungen der Eltern selbst) geändert haben. Es wird darum gehen, „wie Studium heutzutage funktioniert“ und Informationen zu „neuen Studienabschlüssen“ zu geben. Zum Schluss wird auch hier wie in Dresden damit geworben, die Universität „einmal von innen zu erleben“ –, dass dies in Frankfurt/M. gar nicht geschehen kann und wird, weil die Veranstaltung nur drei Stunden dauert und die meiste Zeit, außer einem 45 Minuten-Rundgang über einen der vier Campus der Hochschule, in einem Hörsaal verbracht wird, steht auf einem anderen Blatt.

Der zweite Typ wählt eine ähnlich fragende Adressierung, jedoch sind die Fragen so formuliert, als mache sich der Einladende die Sorgen der Eltern von Kindern. Die Veranstaltung „Elternalarm“ in Münster wirbt mit den folgenden, einleitenden Worten: „Isst du auch genug? Herrscht in Deinem Zimmer Ordnung? Typische Fragen, wie sie von Eltern studierender „Kinder“ gestellt werden. Sind diese „Kinder“ bei münsterschen Hochschulen eingeschrieben, lassen sich die Fragen leicht beantworten: durch einen Besuch vor Ort während des „Elternalarms“.“

Unterstellt wird mit den Fragen, der Auszug von Zuhause gehe damit einher, dass die Eltern aufgrund der räumlichen Trennung nicht wissen, wie ihr Kind seinen Alltag organisiert und bewältigt. Die Fragen thematisieren dagegen nicht, wie das Kind sich im Studium bewährt, ob es den Ansprüchen des Faches und den Strukturen der Selbstorganisation der Hochschule gewachsen ist. Damit wird unterstellt, dass die Eltern in erster Linie ein Interesse am körperlichen und sozialen Wohl der Kinder haben und nicht wissen, wie sie es stillen können. Die Universität in Münster erklärt sich gerade für diese privaten Fragen für zuständig. Die Hochschule präsentiert sich demnach als eine, die den elterlichen Auftrag übernommen hat und diesen hilft, bei einem Besuch „nach dem Rechten zu sehen“ – was die Kinder weiterhin in der Unmündigkeit belässt.

Interessant ist, wie die Hochschule in Mainz, die das Münsteraner Konzept samt Titel übernommen haben, die „Elternfragen“ anders akzentuiert. Im Mainzer Text heißt es: „Studierst du fleißig? Bekommst du ausreichend Schlaf? Solche Fragen stellen sich Eltern, deren Kinder zum Studieren von zu Hause ausziehen. Aber seien Sie ganz beruhigt, Ihren Kindern fehlt es in Mainz an nichts, sie finden hier alles vor, was man zum Leben und zum Stu-

dieren braucht.“ In diesem Text werden sowohl Leben als auch Studium thematisiert. Allerdings wird die Erweiterung reduziert auf die Frage nach der bürgerlichen Tugend des Fleißes.



Kennzeichnend für diese Fokussierung ist die Bezeichnung der Veranstaltung als „Elteralarm“. Das Kunstwort ist erklärungsbedürftig. Alarm bezeichnet eine lautsprachliche Warnung vor etwas Gefährlichem. Als Feueralarm zeigt der Signalton an, dass vor Feuer gewarnt wird und dass den ausfahrenden Feuerwehrfahrzeugen im Straßenverkehr uneingeschränkt Vorrang eingeräumt werden muss. Der „Elteralarm“ warnt demzufolge vor den Eltern, die plötzlich und ungebeten einzufallen drohen. Doch die Münsteraner Version wird fast ein Jahr im Voraus angekündigt. Als diesjähriger Termin steht bereits das Wochenende vom 9. bis 11. November fest. D.h. ein Alarm, der nahezu zwölf Monate im Voraus angekündigt wird, ist keiner mehr – alle haben die Möglichkeit, sich auf diesen Fall vorzubereiten. Doch warum sollte sich auch eine Hochschule vor Eltern von Studierenden fürchten? Dies kann nur bedeuten, dass sie außerhalb der hierfür vorgesehenen Zeiten nicht gern gesehen sind.

Die schrille Wortwahl deutet darauf hin, dass sich die Hochschule mit den Studierenden gegen die Eltern gemein macht. Der Untertitel zu dieser Veranstaltung lautet: „Münsters Studierende bekommen Besuch“. Das Kreischende des „Elteralarms“ nimmt eine nahezu pubertierende Ausdrucksgestalt an, die so tut, als hätten die Besuchten etwas vor den Eltern zu befürchten. Sie spielt mit einer überzogenen Art der Unmündigkeit, im Bewusstsein dessen, dass hier

niemand mehr unmündig ist. In gewisser Weise mögen das viele Studierenden dennoch sein, wenn unterstellt wird, dass viele Eltern das Studium finanzieren.

Abbildlich ist dies stilsicher in Münster aufgegriffen, indem auf die Vorlage eines Baustellenschildes zurückgegriffen wird, das mit schwarzer Schrift auf gelben Grund darauf hinweist „Achtung Baustelle! Eltern haften für ihre Kinder.“

Der dritte Typ der Adressierung wählt eine Anrede in Briefform. Die Ankündigungen beginnen in Dresden, Konstanz und Mainz mit den Worten „Liebe Eltern“.

Das Deutsche vermag zwischen dem sehr förmlichen des „Sehr geehrte/r“ und dem vertraulichen „Liebe/r“ wählen. Da die Veranstaltungsankündigung kein offizielles Verwaltungsschreiben sein soll, sondern in freundlicher, zugewandter Weise für die Veranstaltung werben will, wird auf das „Liebe Eltern“ zurückgegriffen. Die Anrede zeigt jedoch, dass sie trotz des „liebe“ nicht zu persönlich werden kann, weil sie die Eingeladenen nicht mit Namen, sondern nur in ihrer sozialen Funktion als Eltern adressieren kann. So kommt es zu einer persönlich-unpersönlichen Ansprache der potentiellen Teilnehmenden. Sie nutzt die Form der persönlichen Anrede, obwohl diese in einem unpersönlichen Umfeld eigentlich unmöglich ist, womit eine Vereinnahmung vorliegt. Von ihr sollen sich alle Eltern angesprochen fühlen. Nur in Mainz wird die so eröffnete Briefform regelkonform mit einem „Ihr Klaus Hammer, City Manager Mainz“ beendet. Dresden verzichtet auf einen Abschluss und setzt an diese Stelle die Kontaktdaten. Als Herausgeber fungiert der nicht namentlich genannte Rektor der TU Dresden. Konstanz wiederum löst das Problem auf eine elegante Weise, indem mit einem „Universität, HTWG und Tourist-Information Konstanz begrüßen Sie herzlich“ begonnen und mit „Eltern auf dem Campus – Konstanz lädt ein.“ geendet wird. Die Einladung wird noch einmal ausgesprochen und damit bekräftigt. Der dritte Typus setzt eine aus der Schule bekannte Form der Elternanrede fort.

Allen drei Typen gemeinsam ist, dass sie in der Dualität des Eltern-Kind-Schemas verhaftet bleiben. Dies führt zu zwei Folgerungen. Zum einen werden diejenigen, die ein Studium aufnehmen, weiterhin als Unmündige, eben als Kinder gedacht. Die Hochschule setzt sich über die Köpfe der Studierenden hinweg und wählt als Ansprechpartner die Eltern. Zum zweiten will die Universität sich selbst gar nicht mehr als Ort von Forschung und Lehre vorstellen, sondern sich auf die Ebene der elterlichen Sorge begeben. Die Adressierung an die Eltern von Studierenden wirkt notwendig auf die Art der Präsentation als Hochschule und Forschungsstandort zurück.

IV

Doch mit welchem Programm wenden sich die Hochschulen nun an die Eltern?

Es lassen sich vier Zugänge konstatieren, manche von ihnen tauchen in gemischter Form auf. Die Veranstaltungen sind von unterschiedlicher Dauer. Sie reichen von einer dreistündigen Veranstaltung wie in Frankfurt am Main,

über einen ganzen Tag in Dresden, Oldenburg und Osnabrück bis zu einem Wochenende in Konstanz, Münster und Mainz.

Viele, aber eben nicht alle der sieben Universitäten integrieren in ihr Programm allgemeine Aspekte des Studiums. Es geht dabei um Studienfächer, Zulassungsbedingungen, Abschlussarten, Finanzierungsmöglichkeiten, die Wohnsituation und Wohnmöglichkeiten. Sie betreffen allesamt die Abläufe der Universität, in die sich Erstsemester einfinden müssen. Die Darstellung der Strukturen eines Studiums bildet somit einen ersten Typ des Programms. Allein in Frankfurt am Main ist dies der Kern der Veranstaltung.

Dresden, Oldenburg, Osnabrück und Münster bieten den Eltern eine Besichtigung der Hochschule an. In den Programmen finden sich organisierte Führungen über das Gelände (Campus) der Universität neben Besichtigungen von spezifischen Laboren, Instituten und Bibliotheken sowie Exkursionen in den Botanischen Garten. Manche Hochschulen werben damit, in einem Studentenwohnheim zu übernachten und in der Mensa zu essen. Sie bieten als zweiter Zugangstyp ein nachholendes Uni-Erlebnis für Eltern an. Es geht um das Eintauchen in die besondere Welt der Hochschule.

Wie sich die Hochschule als Ort von Forschung und Lehre zeigt, ist besonders signifikant. Die Professorin der Kernphysik und der Professor für Sprachwissenschaft sind vor die Aufgabe gestellt, in einer dem Laien verständlichen Form Fach und Forschungsgebiet zu erläutern. Damit wird der Lehrende der Hochschule nicht mehr als Experte wahrgenommen und präsentiert, sondern als derjenige, der in der Pflicht steht, allen möglichst verständlich sein Fachgebiet zu erläutern. Die Lehrenden sind vor die Aufgabe gestellt, ihre Sache gut zu machen, um den Eltern zu zeigen, dass sich die Studierenden für die richtige Universität entschieden haben. Im Mittelpunkt steht nicht mehr die Frage, ob die Studierenden den Anforderungen des Faches genügen, sondern umgekehrt, ob die Lehrenden in den Augen der Eltern ihren Kindern etwas gut vermitteln können. Daher ist es nicht erstaunlich, dass die Eltern-Veranstaltungen nicht auf reguläre Seminare und Vorlesungen setzen, sondern auf Events, die das jeweilige Fach oder die Disziplin unterhaltsam präsentieren.

So gibt es Mitmachexperimente und „Meet the Prof“ (Oldenburg), „Kenntlernen bei Kaffee und Plätzchen“, 20- bis 30-minütige „Kurzvorlesungen“ und „Mini-Vorträge“ (Osnabrück), eine Probevorlesung der Physik und der Vortrag „Aus dem Hochschulleben“ des Vertreters des Hochschulsports in Konstanz sowie „Präsentationen mit Objekten zum Anfassen“ in der Chemie, „Dr. House-Kurs – Einblicke in die Medizin“ oder ein Kurzvortrag des Department of English and Linguistics zum Thema „Der Italiener in der Fleischfabrik: Rocky und das Ende der Civil rights-Bewegung“ an der Uni Mainz.

Auch der Kontrast ist zu erkennen. Viele der beteiligten Fachbereiche an den Universitäten informieren über das Fach und seine Forschungsschwerpunkte sachlich und unaufgeregt. Aber die Masse bilden diejenigen, die sich nicht als der trockene Elfenbeinturm den Eltern zeigen, sondern sich so prä-

sentieren, als werden hier eine Menge unterhaltsamer Dinge auf leichte und lockere Art vermittelt.

Faktisch nehmen diese Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler den Auftrag an, ihre eigene Arbeit zu diskreditieren. Sie zeigen weder die mühevollen Prozedur, zu einer Forschungsfrage zu gelangen und diese zu bearbeiten, noch zeigen sie, worin die Ergebnisse liegen. Damit sollen die Eltern entsorgt werden, ihre Kinder könnten ggf. an einem zu schweren Studium scheitern. Den Eltern als Kunden der Universität wird damit ein unhaltbares Versprechen gegeben. Ihre Kinder werden ggf. auf die Versprechen zurückkommen, wenn sie sich selbst als Kunden verstehen, und durch Didaktisierung ebenfalls vom Studium entsorgt werden wollen.

Die Veranstaltungen dieses Zuschnitts verkommen zu einer Werbeveranstaltung, die nicht zeigt, was dort tatsächlich getan wird und unter welchen Bedingungen dies zu geschehen hat: Ausstattung der Bibliotheken und Labore, Zugänglichkeit der Seminarräume, Betreuungsverhältnisse von WissenschaftlerInnen und Studierenden etc. Es wird eine schöne bunte Welt aufgeführt, die in vielen Fällen nichts mit dem Alltag zu tun hat.

Ein vierter Zugang arbeitet mit der Attraktivität der Stadt. Für das Werben bei den Eltern um Studierende setzen die Universitäten nicht nur auf eine spezifische Adressierung, sondern binden ggf. weitere Institutionen ein. So laden zu den Veranstaltungen in den meisten Fällen zwar die Universitäten, manchmal in Kooperation mit weiteren Hochschulen am Ort, ein. Jedoch in Mainz und Konstanz, deren Programm ein gesamtes Wochenende in Anspruch nimmt, treten die lokalen Tourismusagenturen auf den Plan. Der City-Manager der Stadt Mainz und die Tourist-Information Konstanz GmbH treten als Mitveranstalter auf und laden ein. Daraus erklärt sich auch, dass in beiden Städten ein nicht unbeträchtlicher Teil des Programms auf Stadtrundgänge, Schiffsausfahrten, Kanutouren oder Orgelmusik entfällt. Hier werben Städte mit ihren Ferienqualitäten bei den Eltern. Die Städte wollen sich nicht nur als Universitätsstandorte präsentieren, sondern als touristisch attraktive Gegenden, wo die Eltern ihre Kinder gerne besuchen und ein paar Tage länger bleiben.

Dass Hochschulen heute auf derartige Werbestrategien verfallen, kann damit erklärt werden, dass sie um ihre zukünftige Klientel fürchten. Obwohl derzeit die doppelten Jahrgänge der Schulabgängerinnen und -abgänger ihr Studium aufnehmen, sind der demographische Wandel und damit die geburtschwachen Jahrgänge nicht mehr fern. Darüber hinaus hat der Bologna-Prozess den Fachhochschulen zunehmend dieselben Abschlussarten beschert wie den regulären Universitäten, so dass auch hier weitere Konkurrenz zu fürchten ist. Die Fachhochschulen konnten durch ihre versprochene Praxis- und damit Berufsnähe bei den zukünftigen Studierenden werben und punkten. Es reicht für die Universitäten nicht mehr, mit Studienfachzuschnitten und einem renommierten Lehrkörper zu werben, sondern es müssen alle zur Verfügung stehenden Register gezogen werden. In diesem Werbefeldzug um Studierende ist nicht zuletzt die Attraktivität der Universitätsstadt als eine,

deren Lebensqualität sich auch in einem Urlaubsgefühl auszudrücken vermag, ein „Alleinstellungsmerkmal“. Werbung ist angesagt und damit die Verklärung der Realität. Fatal für einen Bereich, in dem Streben nach Wissen und Wahrheit das Alleinstellungsmerkmal sein sollte.

Herangezogene Quellen

[zuletzt abgerufen im Mai 2012]

Dresden: Eltern-Campus-Tour,

http://tu-dresden.de/studium/beratung/zentrale_studienberatung/eltern/infolyer.pdf

Frankfurt/Main: Uni-Kompakt für Eltern,

<http://www.uni-frankfurt.de/studium/schule/eltern/index.html>

Konstanz: Eltern auf dem Campus,

<http://www.konstanz.de/rathaus/medienportal/mitteilungen/00637/index.html>

Mainz: Elternalarm, <http://www.elternalarm.uni-mainz.de/>

Münster: Elternalarm, <http://www.elternalarm.de/>

Oldenburg: ElternCampus, <http://www.eltern-campus-oldenburg.de/index.html>

Osnabrück: Elterntag, <http://www.uni-osnabrueck.de/14795.html>